



ASSOLOMBARDA

FLOW
TRAILER BOOK

Un'anticipazione in zoom-out del percorso fatto insieme

in collaborazione con

logotel

Cos'è **FLOW?**

attraction

retention

people

fare rete

culture

In un contesto lavorativo in continua evoluzione, è fondamentale progettare e implementare strategie di attraction, retention e networking che si traducano in piani d'azione concreti e realizzabili anche grazie alla forza dell'essere e del fare rete.

L'abbiamo chiamato **FLOW, Future Lab On Work**, pensando a uno spazio di ispirazione, sperimentazione e confronto per **conversare sulle sfide e sviluppare progetti e iniziative su temi di People & Culture** che ci portino ad essere sempre più efficaci e contemporanei nel modo in cui ci prendiamo cura delle persone.

FLOW, un percorso di Assolombarda in collaborazione con Logotel

Come?

Attraverso un programma di 3 Circle Lab, laboratori ispirazionali e progettuali per una **platea selezionata di oltre 40 manager e imprenditori delle aziende del territorio associate ad Assolombarda**. Per ascoltare, acquisire, ma anche per mettere a fattor comune pratiche e sperimentazioni sotto la guida di un team di esperti.

3 momenti ispirazionali, per approfondire e discutere su temi di frontiera sul People & Culture

3 Circle Lab in presenza dove scambiare pratiche e co-progettare iniziative

3 tematiche interconnesse su cui sperimentare nei Lab:

Attraction:

come raggiungere e attrarre le persone con profili utili all'azienda

Retention:

come trattenerne e ingaggiare le persone che generano valore in azienda

Rete:

fare rete dentro e fuori l'organizzazione

Cosa ha generato FLOW?

5 expert ispirazionali

con diverse competenze (dall'antropologo alla startupper)

+ 20 tavoli di lavoro

e di scambio attivati

+ 90 connessioni

attivate tra le persone

+ 50 bisogni

rilevanti emersi dai tavoli di lavoro

+ 10 elementi "basici"

(must have) di cui le aziende si devono dotare per non generare insoddisfazione

+ 20 elementi "differenzianti"

che rendono un'organizzazione unica e attrattiva per le persone

+ 90 iniziative

co-disegnate dalle persone per rispondere ai bisogni

Come leggere questo Trailer Book?

Benvenuti nel **Trailer Book** del progetto FLOW di Assolombarda.

Una **guida introduttiva** che raccoglie spunti, domande, risposte e progettualità sui temi di People & Culture, messe a fuoco da 40 aziende che hanno partecipato e collaborato in FLOW per affrontare sfide, condividere pratiche e generare soluzioni.

È un trailer, una sintesi introduttiva, e non esaustiva, di un sistema costituito da 3 report di dettaglio.

Hai poco tempo?

Leggendo questo documento potrai iniziare ad esplorare le tematiche emerse, per poi decidere di approfondire e, perché no, di partecipare a future edizioni di FLOW. **Aprilo come vuoi**: ogni pagina è un innesco per generare riflessioni e spunti progettuali.

Vuoi approfondire?

Scarica tramite QR code i report completi dei 3 Circle Lab, in cui troverai:

- 14 macro bisogni
- 36 bisogni di dettaglio
- 30 elementi
basici e differenzianti
per le aziende
- 90 soluzioni e iniziative
co-disegnate

Scarica i report completi dei 3 Circle Lab

Circle Lab 1



Circle Lab 2



Circle Lab 3



Progettare il nostro magnetismo

Il modello del lavoro è cambiato, lo sappiamo bene. La vera novità è la consapevolezza che porta le persone ad agire e a decidere in modo diverso, rispondendo a **nuovi bisogni che vanno ascoltati e compresi**.

Per le nuove generazioni, ad esempio, la vita cerca di riprendersi degli spazi portandoli ad una maggiore cura “senza compromessi” del proprio work-life balance.


Per attrarre e trattenere le persone che creano valore in azienda, **serve progettare con una doppia lente:** guardando i bisogni dell'azienda-comunità, ma anche a quelli dell'individuo con i suoi desideri e le sue aspirazioni.

La sfida per le persone che si occupano di People & Culture è quella di riflettere su alcune domande chiave: **quali sono gli elementi che mi fanno scegliere dalle persone che voglio attrarre? Come e dove lo comunico? Cosa è prioritario per chi voglio trattenere? In che modo fare network internamente e nel mio territorio può scatenare opportunità e sinergie rendendo accessibile ciò che oggi non lo è?**


Sempre più elementi legati al welfare e al modo di lavorare sono diventati fattori basici che vanno garantiti. Serve fare cose nuove in modo nuovo, applicare il metodo del service design condiviso nei Circle Lab (esplorare, cogliere, interpretare, testare, scalare, singolarizzare). Con quale obiettivo? **Progettare servizi per rendere l'azienda più magnetica e aumentare l'ingaggio delle persone che la vivono. Magnetica perché sa attrarre, magnetica perché sa trattenere.**

Serve lavorare sul benessere a 360 gradi delle persone ed equipaggiare i manager con uno stile di leadership contemporaneo orientato alla cura e allo sviluppo delle persone. Diventa urgente stimolare l'apprendimento continuo, potenziare la cultura del feedback e sponsorizzare l'acquisizione delle competenze che servono.

Ma non solo: le persone di People & Culture, con il management, devono **andare oltre la dimensione del singolo**, comunque nella sua unicità in termini di bisogni e aspettative, **per abbracciare quella di comunità.** Come? Prima di tutto immaginando e progettando come facilitare la creazione di legami attraverso connessioni inedite e relazioni.



Creare comunità in azienda aiuta a integrare punti di vista differenti ed è la chiave per affrontare la complessità del nostro tempo e le incognite che ci riserva un “futuro liquido”.



Reti di relazioni, spazi condivisi per il confronto e la creatività, opportunità di interazione, non solo contribuiscono al benessere, ma **diventano calamita per i talenti, gancio per trattenerli e motore di crescita collettiva. Non è solo “capitare” insieme. Diventa “fare rete” per liberare energie e stimolare la collaborazione attiva. Iniziative da realizzare e da saper raccontare con uno storytelling che sappia parlare a chi vogliamo attrarre. **Dal nostro “fare insieme”, nasce e si rinnova il senso dell’organizzazione. Dal guardare le cose in modo diverso, parte il cambiamento.****

Fare cose nuove in modo nuovo richiede un cambio di prospettiva per liberare scorci inediti o quantomeno discontinui su cui poi attivarci facendo rete interna ed esterna.

Attraction

Retention

ATTRACTION & RETENTION

**Creare
ingaggio
ogni giorno**

ATTRACTION & RETENTION

**Mettere
la persona
al centro**

MAGNETISMO

**Costruire
reti
di valore**

**Allenare
una leadership
contemporanea**

ATTRACTION & RETENTION

**Focalizzarsi
sull'evoluzione
delle competenze**

ATTRACTION & RETENTION

**Rendere
magnetica
la cultura
aziendale**

Mettere la persona al centro

Nuovi ingredienti si affiancano a benefit e bonus assumendo un valore ancora difficile da quantificare, ma che tende decisamente verso una visione di benessere a 360°. Un benessere che hackeri stili di lavoro considerati innovativi, ma che sono ormai “variabile igienica”, e che porti un’attenzione valoriale ai temi di inclusione e di accessibilità.

La metodologia del service design che ci ha accompagnati nei laboratori di FLOW ci ricorda sempre di partire dalle persone e dai loro bisogni. **E se quindi iniziassimo davvero a vedere ogni persona nella sua complessità, dando valore al benessere a 360° e alle sue diverse sfaccettature?**

In un mondo in cui il lavoro si evolve costantemente, possiamo immaginare (e progettare) benefit che vadano oltre il classico concetto di “extra”, di qualcosa in più di un elemento esistente: iniziative che parlino a mindset e culture differenti. Iniziative che abbiano l’obiettivo di creare un ambiente più inclusivo, dove ognuno possa sentirsi accolto e valorizzato scatenando la magia della collaborazione generativa. Un ambiente caratterizzato dalla fiducia dove le persone possano sperimentare e crescere al centro dell’attenzione dei loro capi.

Iniziative

Leggi 5 delle 90 iniziative progettate dalle aziende partecipanti a FLOW.

Identificare e formare broker (la parola ambascador richiede una rigenerazione!) **interni** sui temi della diversità per diffondere una cultura realmente ampia e inclusiva.


Immaginare rituali che permettano alle persone di presentare il proprio lavoro, un progetto di successo, buone pratiche, sviluppi su un argomento di interesse, ecc.

Aumentare le occasioni di ascolto delle persone e dei loro bisogni.

Formare i manager per diffondere la **cultura del feedback**.

Organizzare iniziative per **integrare punti di vista differenti** e stimolare apertura.

Scopri il dettaglio approfondito nei report dei tre Circle Lab: scansiona i QR code a pagina 7!



*Non si può più fare da soli. La complessità dei problemi, la velocità dei cambiamenti, l'incertezza generata dalle crisi in corso, richiedono di **mettersi insieme per intrecciare competenze, colmarsi e fare innovazione raccogliendo e integrando prospettive differenti.***

Costruire reti di valore

E se smettessimo di affrontare le sfide da soli?

Il contesto di oggi è troppo complesso per essere affrontato in totale autonomia. Serve fare rete, creare sinergie, unirsi per costruire soluzioni insieme. Concretizziamo organizzazioni che aprono le loro porte all'innovazione esterna, che coinvolgono professionisti e comunità di esperti. Dove ogni persona è parte di un ecosistema più ampio che può alternativamente essere destino o origine di supporto.

Le persone crescono perché ampliamo i loro confini di relazione e impatto. Apriamo le organizzazioni. È una visione di interdipendenza e di collaborazione, in cui università, ITS e reti di competenze diventano parte attiva dell'organizzazione, rendendo l'azienda un punto di riferimento aperto e in continua evoluzione.


Iniziative

Leggi 3 delle 90 iniziative progettate dalle aziende partecipanti a FLOW.

Creare **tribe tematiche inter-aziendali** per promuovere confronto continuo su questioni chiave.

Lanciare iniziative come **hackathon e call for ideas** per raccogliere nuove idee e soluzioni innovative, coinvolgendo anche competenze e talenti esterni / università / ITS, ma anche altre imprese.

Aprirsi al territorio e organizzare **laboratori di open innovation**, per stimolare l'innovazione dando forma e voce a un proprio network che possa portare stimoli, punti di vista e racconti di altre realtà.



Scopri il dettaglio approfondito nei report dei tre Circle Lab: scansiona i QR code a pagina 7!



Allenare una leadership contemporanea

I manager vanno responsabilizzati, formati e allenati per costruire una cultura manageriale e una leadership contemporanee, in ascolto e aperte a nuovi stimoli.

È urgente connettere i manager al contesto e ai suoi cambiamenti, stimolare una visione strabica che sappia presidiare la produttività e prendersi cura delle persone e del loro sviluppo in coerenza con la cultura aziendale.

E se il futuro della leadership fosse basato sulla cura e sulla progettualità?

I manager non possono essere più solo figure di controllo e guida, eccellenze tecniche. Serve una leadership che ispiri, che coinvolga, che sappia accompagnare le persone nei loro percorsi di crescita, valorizzando l'aspetto umano e relazionale del lavoro.

Immaginiamo manager capaci di progettare momenti di contatto significativi con i singoli e con il team, per garantire un clima di fiducia, favorire il senso di appartenenza e per dare forma, con il supporto di People & Culture, a quei motivi per restare che alimentano la retention.

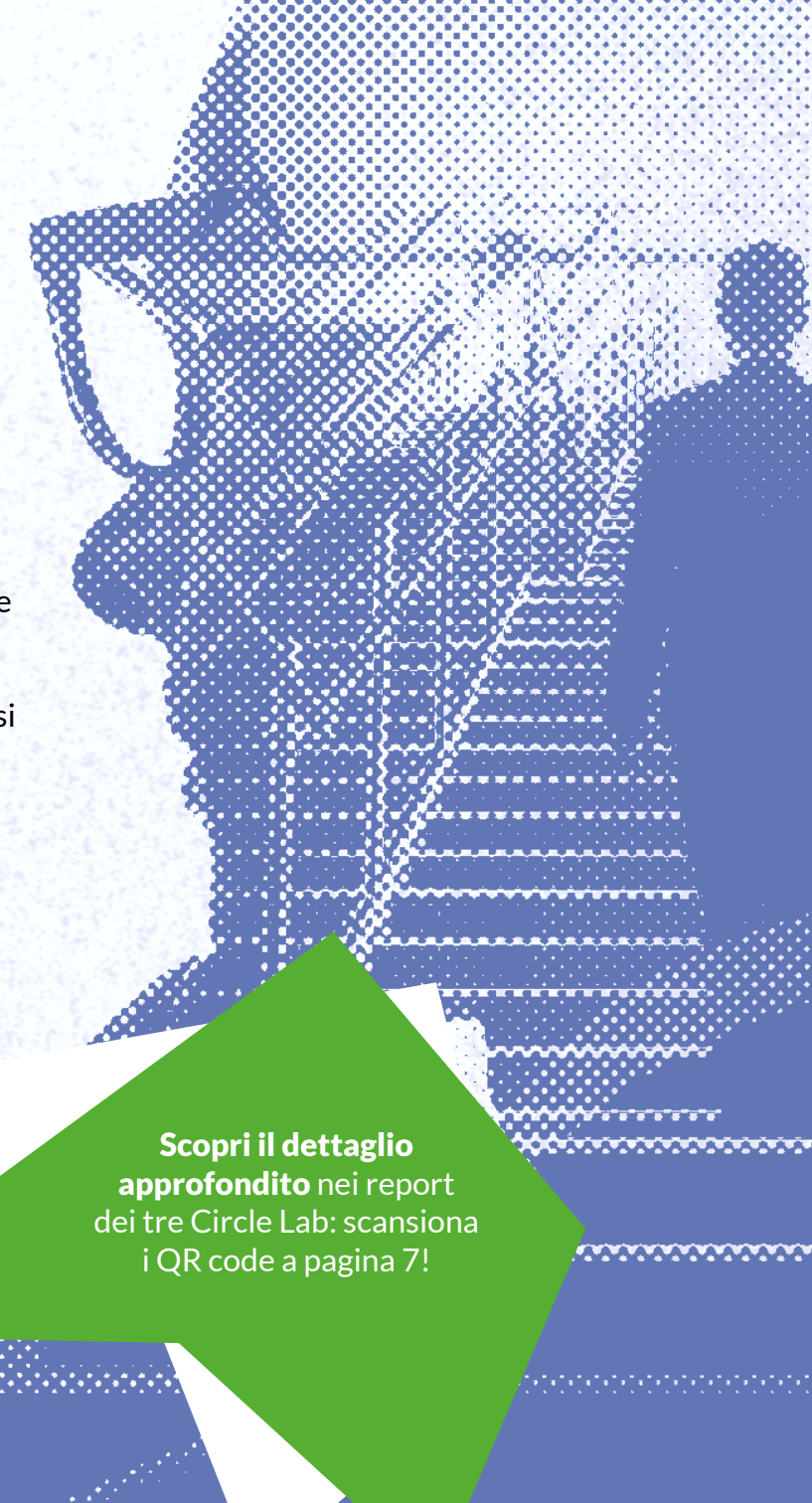
Iniziative


Leggi 2 delle 90 iniziative progettate dalle aziende partecipanti a FLOW.

Avviare **percorsi dedicati al people management e alla leadership contemporanea** per aiutare i manager a evolvere nel proprio ruolo, come guide capaci di bilanciare obiettivi e cura.

Coinvolgere i propri manager in percorsi di coaching o di **tutoring individuale**, come supporto nel consolidamento delle nuove competenze acquisite e nella gestione di eventuali resistenze al cambiamento.

Scopri il dettaglio approfondito nei report dei tre Circle Lab: scansiona i QR code a pagina 7!





Favorire la sinergia tra marketing e HR per diffondere la cultura aziendale, a partire dai valori e dal posizionamento rispetto agli ESG. Per passare dagli impegni alle azioni e rafforzare la connessione tra persone e azienda.

Rendere magnetica la cultura aziendale

E se la cultura aziendale fosse la calamita che attrae, coinvolge e trattiene le persone?

Una cultura forte e autentica, che si esprime in comportamenti concreti e diventa la spina dorsale di un'organizzazione che sa affermare la propria identità e i propri valori e che agisce in modo coerente ad ogni livello e con tutti i suoi stakeholder. È un'azienda che sa raccontarsi, che costruisce una narrazione autentica e che in questo modo crea un senso di appartenenza e di scopo che motiva le persone a restare e a dare il meglio di sé.

Iniziative

Leggi 3 delle 90 iniziative progettate dalle aziende partecipanti a FLOW.

Raccontare l'identità aziendale in modo innovativo, ad esempio attraverso ciò che l'azienda non è, per creare una connessione genuina e differenziante.

Strutturare un kit dedicato ai manager e al team People & Culture per allenarli a gestire i momenti di contatto (colloqui di selezione, incontri di onboarding, ...) in modo contemporaneo, memorabile e coerente con la cultura aziendale.

Sviluppare progetti di change management per creare occasioni di ispirazione, scambio e confronto sul "perché si fanno le cose e sul come più che sulle cose stesse". Per attivare comportamenti virtuosi con impatto positivo sulla identità aziendale, vero magnete di attrazione e retention.

Scopri il dettaglio approfondito nei report dei tre Circle Lab: scansiona i QR code a pagina 7!



Focalizzarsi sull'evoluzione delle competenze

Percorsi di crescita rapidi e dinamici, formazione continua, varietà di progetti per collaboratori multi-potenziali.

Serve chiarezza su obiettivi, responsabilità, competenze da acquisire e spazi da saper occupare nel tempo.

Lavorare con i talenti per mettere a frutto la capacità innovativa.

E se crescere non significasse solo andare avanti in verticale, ma farlo consolidando le competenze che servono formandosi anche sul campo?

Un'azienda in cui le persone cercano percorsi di crescita dinamici e variegati, che propone obiettivi chiari, responsabilità definite e percorsi di apprendimento continuo, dimostra di sapere come trattenere e valorizzare il talento.

È un luogo che fa sentire ogni individuo al centro del proprio progetto di sviluppo.


Iniziative

Leggi 3 delle 90 iniziative progettate dalle aziende partecipanti a FLOW.

Strutturare **programmi di formazione continua** attraverso progetti reali tematici e trasversali che diventano palestra per acquisire e valorizzare nuove competenze.

Creare un vivaio di talenti per individuare e supportare le persone chiave nei loro percorsi di sviluppo, ripensando però le logiche dei programmi che portano questo nome. Tutti hanno talento, richiedono occasioni per farlo sbocciare!

Attivare iniziative di **mentoring interno o con aziende del proprio network** per sostenere l'inserimento e lo sviluppo dei giovani collaboratori.



Scopri il dettaglio approfondito nei report dei tre Circle Lab: scansiona i QR code a pagina 7!



*Da prima di entrare in azienda, dal giorno meno uno, ti tratto con cura e ti faccio entrare in contatto con futuri colleghi. L'azienda si apre fisicamente e digitalmente ai candidati per farsi conoscere, per dare un'anticipazione dell'esperienza, per **far assaggiare l'impresa fin dai primi contatti** rendendola comprensibile, attraverso l'uso di canali vicini al proprio target.*

Creare ingaggio ogni giorno

E se l'esperienza lavorativa iniziasse prima ancora di varcare la soglia della sede?

In un mondo dove le prime impressioni contano, l'azienda che apre le sue porte ai candidati ancor prima dell'assunzione, condividendo i suoi valori e la sua cultura, mette le basi per un legame autentico e trasparente.


Possiamo immaginare un'organizzazione che accoglie i candidati come persone già parte di una comunità, offrendo esperienze di pre-boarding, incontri con i futuri colleghi e un'anticipazione dell'ambiente che li aspetta. È un percorso che li accompagna in ogni fase, facendo sì che si sentano valorizzati e coinvolti dal primo giorno, pronti a vivere l'azienda con entusiasmo e senso di appartenenza.

Iniziative

Leggi 2 delle 90 iniziative progettate dalle aziende partecipanti a FLOW.

Organizzare **eventi di networking e presentazione** per far "assaggiare" l'azienda e quanto può offrire.

Costruire **percorsi di onboarding personalizzati** che mettano subito in evidenza il valore della persona nell'azienda e come può costruirsi un network per rendere questo valore utilizzabile.



Scopri il dettaglio approfondito nei report dei tre Circle Lab: scansiona i QR code a pagina 7!

Primo round 2024:

A. Agrati SpA
ABB SpA
Air Liquide Italia SpA
Arnoldo Mondadori Editore SpA
BASF Italia Spa
Biologici Italia Laboratories Srl (Recipharm)
BORGWARNER MORSE SYSTEMS ITALY SRL
Brambati SpA
BV Tech
Cargill
Carlsberg Italia Spa
Coca-Cola HBC Italia
Delicatessa
Elettrotecnica Rold
Eni
Enterprise Services Italia Srl - Dxc
Gnosis by Lessafre Spa
Gruppo Cimbali Spa
Havas Media
Hewlett Packard Italiana Srl

Hotel Principe Di Savoia
Hyster-Yale Italia SpA
IBM Italia SpA
Industria Termoplastica Pavese SpA
Lodestar
Massironi Carni
Microsys Srl
Nastrificio De Bernardi Srl
Nexans Italia SpA
NTT DATA Italia SpA
Oracle Italia Srl
Project Automation SpA
SAES Coated Films SpA
Saint-Gobain Italia SpA
Sandoz SpA
Sanofi
SpA Michelin Italiana S.A.M.I.
Tactical People
Trocellen Italia SpA
Vodafone

Round 2025: TO BE CONTINUED...

***Un altro passo
per continuare
a lavorare
insieme***





ASSOLOMBARDA

logotel